



目標5 磨かれた魅力に、さまざまな人がひきつけられている

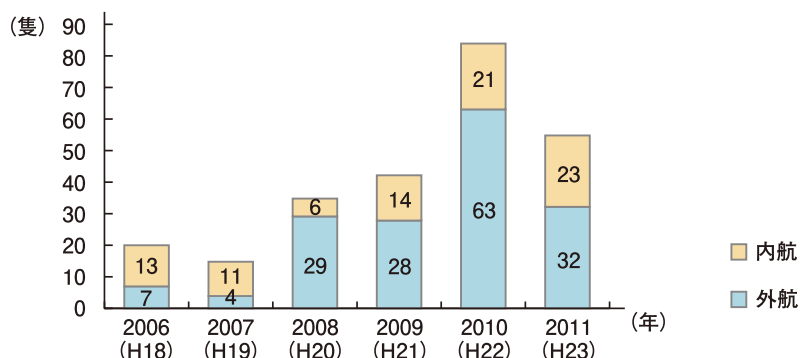
1 めざす姿

- 海をはじめとする自然、歴史、文化、食、スポーツ、商業施設などの多彩な資源が磨きあげられ、回遊性の高さやおもてなしなどにより、アジアの交流拠点として、世界中から人々が集まっています。また、福岡都市圏や九州各都市と連携し、魅力向上に向けた取組みや戦略的なプロモーション(※1)により、九州全体の集客力が高まっています。
- 都心に近い大濠公園、舞鶴公園一帯が、市民の憩いの場としての機能と、歴史、文化、観光の発信拠点としての機能を兼ね備えており、都市の顔として、その魅力の向上に重要な役割を果たしています。
- MICE(※2)の拠点都市や国際スポーツ大会の開催都市として国際的に認知されています。

2 現状と課題

- ① 博多港は2010年(平成22年)には外航クルーズ客船(※3)寄港回数が日本一となるなど、国内のクルーズ拠点港として存在感を高めており、また、中国や韓国などからの来街者が大幅に増大していますが、今後、観光産業における都市間競争は、さらに激しさを増すと見られており、成長著しいアジア地域を中心とした諸外国からいかに観光客を取り込んでいくかが重要な課題となっています。

■博多港のクルーズ客船入港隻数の推移



資料：福岡市港湾局

(※1)プロモーション：都市の知名度の向上や訪問客・企業等の誘致を目的に、都市の特性や魅力、イベントや行政の施策などを広告媒体などさまざまな手段を用いてPRすること。

(※2)MICE(マيس)：多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。企業などの会議(Meeting)、企業などが行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行：企業などが社員に報奨として与える旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会などが行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をとったもの。

(※3)クルーズ客船：航空機や鉄道など代替・振替の輸送機関としてではなく、宿泊施設・様々なエンターテインメントを備えた、洋上ライフを楽しむための旅客船。

- ② 九州新幹線鹿児島ルート of 全線開通などにより、九州における集客力はさらに高まっています。また、特に天神・博多の二大商業地域には、九州だけでなくアジアからも、多くの人々が観光や買い物などに訪れています。

しかし、今後の都市間競争を勝ち抜いていくためには、豊かな自然や歴史的遺産などの観光資源をさらに磨き上げ、九州各都市や民間事業者と一体となったプロモーション活動、回遊性の向上などによる観光しやすい環境づくりなどを、戦略的に推進していく必要があります。

- ③ 自然や歴史を身近に感じることのできる大濠公園・舞鶴公園一帯は、福岡市の魅力の一つであり、都心に近い市民の憩いの場として、また観光・集客資源として、活用する必要があります。

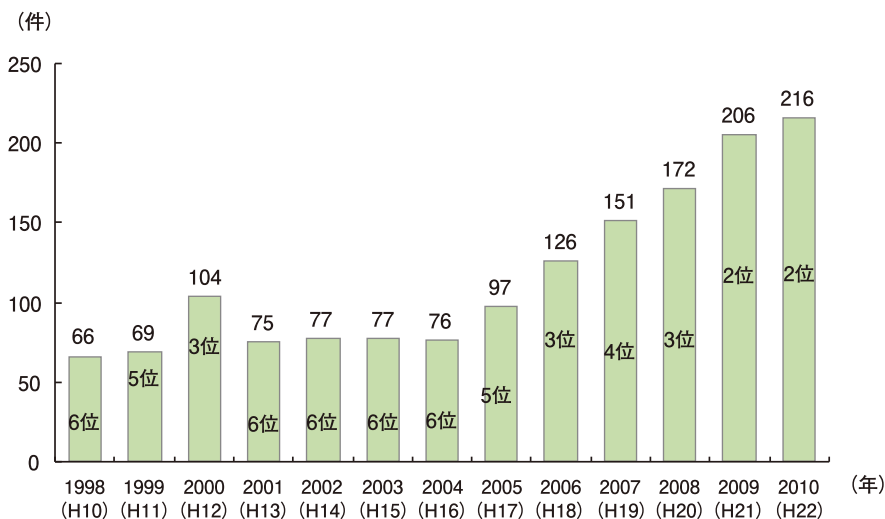
- ④ MICEの推進にあたっては、世界の都市との競争が激しさを増しており、産学官民が一体となった誘致・支援の取組みが必要となっています。また、市内のコンベンション施設は高い稼働率が続き、コンベンション施設の機能強化や多様なホテルの立地など、MICEを支えるインフラの充実が求められています。

- ⑤ 福岡市では、来街者の増大に伴い、ホテル・旅館の施設数及び客室数共に増加傾向が続いています。近年、外国人の来訪が増加する中で、外国語対応、外国語案内表示などの課題もあります。

- ⑥ 福岡市は、福岡国際マラソンをはじめとした国際スポーツ大会や大相撲九州場所が毎年開催されるとともに、野球、サッカー、バスケットボールなどのプロスポーツチームも有しています。また、福岡市はユニバーシアード競技大会、世界水泳選手権大会など、大規模な国際スポーツ大会を開催した実績があります。

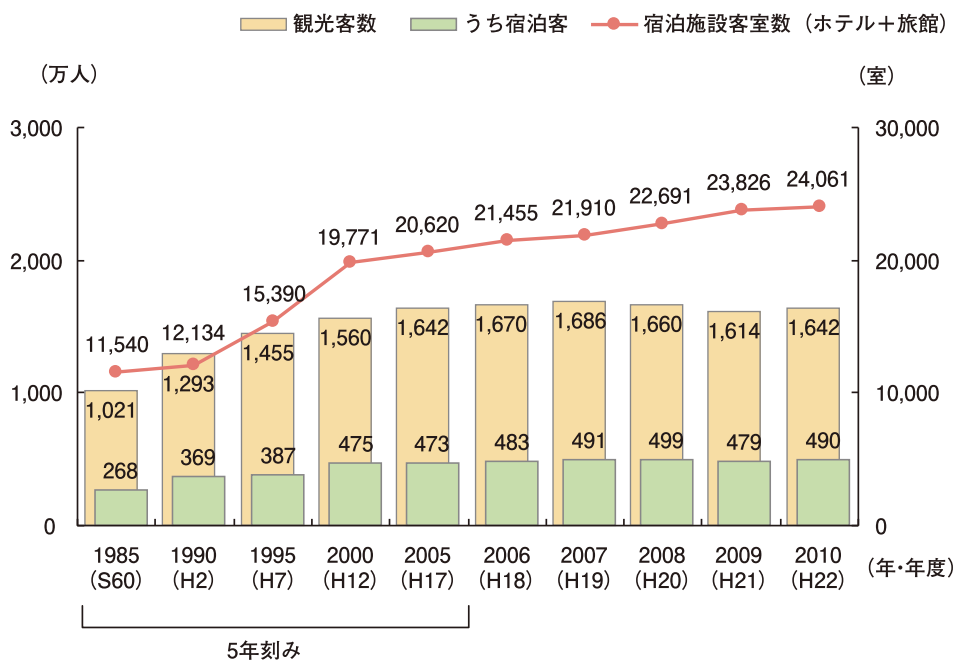
人々に夢と感動を与え、まちに対する誇りと活力をもたらすスポーツの魅力を、都市の魅力としてさらに活用し、推進していく必要があります。

■ 福岡市の国際会議開催件数推移と国内都市における順位
(1998年～2010年)



資料：日本政府観光局「国際会議統計」 (注) 統計新基準による1998年以降の値

■ 福岡市の入込観光客数・ホテル客室数推移 (1985年～2010年)



資料：観光客数…福岡市観光統計(年)
ホテル客室数…福岡市保健福祉局(1985年～1995年は年度、2000年以降は年)

3 施策及び成果指標



施策5-1 観光資源となる魅力の再発見と磨き上げ

■ 施策の方向性

福岡市が有する歴史文化資源を市民の財産として保存・整備し、アジアとの交流や祭り、コンサートや観劇、展覧会などのさまざまなイベント、美しい街並み、商業施設、食文化や自然環境などと共に、福岡市の貴重な観光資源として、誰もが親しみやすいストーリー性を付加しながら磨き上げるなど、官民一体となった集客戦略を推進します。

また、福岡都市圏や九州各都市と連携し、それぞれがもつ特色ある観光資源を合わせ、エリアとしての魅力向上を図ります。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
入込観光客数(日帰り)	1,152万人 (2010年)	1,250万人
入込観光客数(宿泊)	490万人 (2010年)	750万人



施策5-2 緑と歴史・文化のにぎわい拠点づくり

■ 施策の方向性

都心に近い貴重な緑地空間として広く市民に親しまれている大濠公園・舞鶴公園の一体的な活用を図り、市民の憩いと集客の拠点づくりを進めます。特に舞鶴公園については、歴史文化資源である「鴻臚館跡」、「福岡城跡」の二つの国史跡を活用した整備を進めます。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
過去3年間に福岡城跡(舞鶴公園)に行ったことがある市民の割合	47.9% (2011年度)	60%



施策5-3 情報アクセスや回遊性など、 来街者にやさしいおもてなし環境づくり

■ 施策の方向性

おもてなしの心を醸成するための市民参加事業や啓発事業、観光ボランティアの充実などにより、市民一人ひとりが誇りと自覚をもてる観光都市福岡づくりを進めます。また、交通利便性の向上やユニバーサルデザインの普及などにより、快適にまちめぐりができ、外国人を含め多くの人が何度でも行ってみたいと感じる環境づくりをめざします。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
観光案内ボランティアの案内人数	6,940人 (2011年度)	15,000人
観光情報サイトのアクセス数 (観光情報サイト「よかなび」の月間PV(ページビュー))	608万PV (2012年6月~9月平均)	910万PV



施策5-4 交流がビジネスを生むMICE拠点の形成

■ 施策の方向性

福岡都市圏内の大学、会議場、ホテルなどと連携しながら、会議、展示、飲食、宿泊などのMICEを支える多様な要素が一体として機能するよう、MICE(※1)の拠点機能を高めます。また、ウォーターフロントに集積するコンベンション(※2)機能を強化するため、新たな展示場の整備や天神・博多駅との回遊性向上を進めます。さらに、助成金やおもてなし事業による開催支援や地元企業とのマッチング支援などにより、リピーターの確保や新たなビジネスの創出など、地元経済への波及効果を高めます。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
国際コンベンション開催件数	216件 (2010年)	250件
国内コンベンション誘致件数	138件 (2011年度)	160件

(※1)MICE(マイス)：多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。企業などの会議(Meeting)、企業などが行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行：企業などが社員に報奨として与える旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会などが行う国際会議(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字をとったもの。

(※2)コンベンション：人を中心とした物、知識、情報等の交流の場。会議、学会、見本市、展示場、展覧会、スポーツ大会、発表会など。



施策5-5 国際スポーツ大会の誘致やプロスポーツの振興

■ 施策の方向性

国際スポーツ大会や全国レベルの大会の開催地、合宿地としての誘致・支援を行うとともに、地元プロスポーツの振興を図ることなどにより、市民が一流のスポーツに触れ、交流できる機会を提供し、市民スポーツの振興を推進します。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
福岡市を活動拠点とするプロスポーツチームなどの主催試合観客数(福岡ソフトバンクホークスを除く)	29万8千人 (2011年度)	39万人
スポーツ観戦の機会への評価 (福岡市はスポーツ観戦の機会に恵まれた都市だと思える市民の割合)	72.5% (2012年度)	83%



施策5-6 国内外への戦略的なプロモーションの推進

■ 施策の方向性

都市圏や九州の各都市、さらには釜山広域市と連携し、国内やアジアをはじめとする海外の有望市場に対し、メディア、インターネットなどを活用した効果的なプロモーション(※)により、クルーズ客を含め、国内外からの誘客に積極的に取り組み、多くの人をひきつけます。

指標項目	現状値	目標値 2022(平成34)年(度)
福岡市への外国人来訪者数	85万人 (2010年)	250万人
外航クルーズ客船の寄港回数	63回 (2010年)	250回

(※)プロモーション：都市の知名度の向上や訪問客・企業等の誘致を目的に、都市の特性や魅力、イベントや行政の施策などを広告媒体などさまざまな手段を用いてPRすること。